# 茶叶代销合同 茶叶代销合同书(十篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-07-21

*现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的合同优秀范文，希望大家可以喜欢。茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇一乙方：\_\_...*

现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的合同优秀范文，希望大家可以喜欢。

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇一**

乙方：\_\_\_\_\_\_\_

以下简称甲方和乙方：

甲、乙双方为了更好的发挥系列产品的效应，进一步提高系列产品的市场占有率和销量，实现国内贸易的崛起，在遵守国家法律、法规，本着诚信经营、平等互利的原则，达成如下共识，并签定此商品代理合同：

一、双方的基本条件约定

1、甲方向乙方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证，食品销售代理合同。

2、乙方向甲方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

3、商超客户的代理，乙方必须具备一般纳税人资格。

4、乙方应对甲方的品牌有足够的了解和认知认可度，且乙方的经营性质应该和甲方的产品属性、销售渠道相吻合。

5、甲方的商品送达乙方仓库，并由乙方验收和向甲方付款后，其商品所有权归属乙方所有，但其商标使用权归甲方所有，乙方不得擅自使用。

6、乙方在合同期内，不得销售与甲方商品所属同类的其他品牌商品，否则甲方有权利提前中止合同，取消乙方的代理经营权。

7、乙方必须对所属区域内的现有客户具备融洽的客情关系和良好的社会关系。

8、乙方必须具备健全的财务管理系统，能及时提供各项真实有效的数据报表给甲方。

二、合同约定乙方的销售区域和销售渠道

1、甲方允许乙方代理经营的销售区域和客户名称：\_\_\_\_\_\_\_。(见附表1)

2、乙方不得将甲方商品出现在上述区域或者客户之外的范围销售，否则一经发现，甲方有权按照其售价货值金额的30\_\_\_\_\_\_%对乙方进行经济处罚，并责令其限期收回货物。

3、甲方尽量保证乙方的所属客户以及其区域范围内不出现其他代理商或者客户所经营的\*\*品牌商品销售，一旦出现，甲方将积极给予协调解决，同时乙方应该给予谅解。

4、在双方合作过程中，乙方所属区域内的未来潜在客户(新开业客户)，原则上由乙方进行经营管理，但是，乙方必须以书面形式向甲方提交申请报告并得到甲方的许可后，方可进场销售。否则，甲方有撤消或者转交乙方对此新客户的经营权。

5、甲方将原有客户交付给乙方，乙方通过对帐和审查无误并同意接收后，所转交客户将来出现的任何差错或者经营合作问题，甲方不再承担任何责任(双方单独另有约定除外)。

三、品牌保证金

1、商标作为中国驰名商标，品牌作为中国商品，更是中国行业老大，连续十年中国\*\*市场占有率第一，其固有品牌价值和未来的潜在价值都是不可估量的，\*\*集团作为中国农业产业化龙头企业，其未来发展的潜力和品牌价值是商界和企业界所瞩目的。

2、乙方销售甲方产品，有权利和义务维护品牌的形象，并向甲方支付\_\_\_\_\_\_元的品牌保证金，以确保乙方在销售甲方的产品过程中不对甲方的品牌名誉和网络基础建设等方面造成损害。

3、品牌保证金应在自合同签定之日起两日内，向甲方支付，甲方给予开具加盖甲方公章的保证金收据，合同期满5日内，如乙方未违反本合同规定且未做出有损甲方品牌声誉或者市场基础建设的行为，甲方全额返还给乙方。

4、在合同期内，乙方若违反合同，或者给甲方的市场经营造成损失，甲方有权据情扣罚乙方的保证金，乙方必须在5天时间内向甲方交纳补齐所扣罚的保证金。

四、合同约定的商品规格和价格

1、甲方提供给乙方的价格是含税到岸价格。(见价格表)

2、乙方供给商超等各类客户的价格完全遵照甲方规定的价格执行，乙方不得擅自更改任何价格(允许乙方的销售价格高于甲方规定价格\_\_\_\_\_\_%以内)。(见附表1)

3、甲方不向乙方提供特定规格的或者贴牌商品。

4、如果乙方对于甲方的某些商品不愿意代理，甲方可转交给其他代理商代理。

5、因乙方不执行或者低于甲方规定的各级外销价格，造成货物向其他地区的窜货的，乙方需完全承担一切损失和责任。

6、乙方有责任规范和管理好所属区域的下级客户的价格体系，一旦造成窜货行为或者不良的低价影响或者遭到其他地区客户的投诉，乙方应承担完全责任。

7、乙方因低价供货造成下属终端客户的零售价低于市场正常零售价格，而遭到同一区域其他代理商或者终端客户投诉或者索赔的，乙方应承担完全责任和损失索赔。甲方有权对其做出相应的经济处罚。

8、乙方因节假日或者其他庆祝活动或者为图商品增销量或者为宣传商品或者为处理积压库存等目的需要在特定时间范围内，特定地点，或者限定销量的前提下，需要进行特殊价格销售的，必须最少提前四天向甲方报批申请，并取得甲方书面同意后，方可执行。

9、因甲方原材料价格或者生产等原因，需要对出厂价格统一上调或者下调的，乙方应该给予配合支持，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知30日内，全面按照甲方的要求调整对外销售价格，并执行完毕。

五、商品的质量和索赔

1、甲方承诺向乙方提供的商品属于符合国标的合格商品，并向乙方提供所有商品质量检测报告书的复印件。

2、乙方进购甲方的商品后在保质期内，任何因甲方自身质量原因造成的相关损失和关联到的赔偿由甲方承担一切经济和法律责任。

3、因乙方自身保管或者运输等原因造成的商品质量损害及造成的相关损失和关联到的赔偿事宜等，由乙方承担一切经济和法律责任。

4、乙方经营期间，通过甲方同意后，在一些乙方经营区域所在地各级职能部门所做的关于产品质量方面的检测，或者当地政府职能部门自行抽查，其检测费用由甲方承担。

六、甲方的供货、退货服务

1、甲方根据乙方的定单，将货物送达乙方仓库，乙方保证在收到定单小时内将货物送达乙方的固定仓库，仓库地点：\_\_\_\_\_\_\_。

2、乙方定单的每次最低定货金额：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，否则甲方不予安排送货。

3、乙方要求自行提货的，甲方给予乙方成本价格的运费补贴。

4、乙方自提货物或者收到甲方来货，必须当面清点数量和检查货品质量，无误，即给予签署甲方的发货单据，乙方提货离开甲方仓库或者甲方送货人员离开乙方仓库，甲方即不对货物的非生产质量问题和数量缺少负责。

5、乙方在收到货物15天时间内发现批次质量问题的，可通知甲方退换货。

6、甲方保证乙方正常销售经营状态下的货物供应，因甲方原因如公路或者铁路运输等不可控制因素造成的货物暂缺，乙方应该给予谅解，甲方也应全力保障好乙方的货物供应，并经常向乙方通报货物库存情况，并对畅销量大商品实行“15天预警”控制，将货物缺口造成的销量损失，降到最低极限。

7、乙方计划做促销活动时，必须提前20天以书面形式向甲方提出申请计划，以便甲方能够及时备货。

8、旺季或者重大节假日来临前一个月，甲、乙双方应就库存备货，加强沟通，对市场需求作好预测，提前做出合理的备货计划准备。

9、由于滞销原因，导致乙方个别单品货物库存积压，在保质期到达前三个月时间内、且商品质量完好，甲方允许给予折价退换货物。

10、由于包装破损原因造成乙方货物无法正常销售，如果产品内在质量完好，甲方给予乙方退换货。(鼠损虫咬商品，甲方一律不给予退换货)

11、系列产品，需乙方自行妥善保管和运输，由于破损原因，甲方不给予退换货。

12、产品如果由于滞销原因造成积压，必须要求在保质期到达前五个月，且商品内外包装完好无损，内在质量完好无损，甲方可允许折价后退换货，否则，由乙方自行承担损失，

七、乙方的经营服务职责

1、乙方负责对所属区域内的所有客户的对、结帐和供、退货服务工作。

2、乙方应最少固定部送货车和名固定业务人员做好甲方产品的市场维护服务工作。

3、乙方必须配备足够的业务人员和理货人员，加强对甲方产品排面的理顺，乙方保证甲方产品的排面在同类商品中位置，单品排面最多，乙方保障每个客户的货架上单品不缺、货物不缺。

4、乙方应保证在接到客户定单24小时内，将货物送达。

5、乙方不得以人员或者车辆紧张原因为借口，延误送货。

6、乙方不得以客户定单数量少等原因为借口，而拖延或者不予送货。

7、对于商超等客户要求的退换货，乙方应该及时给予服务到位。

8、乙方保证所属区域范围内的ka卖场的进场率达到\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。

9、乙方保证所属区域范围内各类终端网点的进场覆盖率达到\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%以上。

八、关于结算方式

1、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，甲方在确认乙方的货款到帐后，方可给乙方发货。

2、对于前期甲方在商场等客户的未尽应收帐款，其债权转由乙方接收，乙方须在合同签定三天内以现款方式付给甲方，或者同甲方签定前期货款付款计划表(作为本合同有效附件)，或者由甲方自行向原客户收取。

3、乙方对甲方的付款方式可以是：\_\_\_\_\_\_\_现金、支票、\_\_\_\_、银行汇票方式。

4、甲方向乙方提供相应税率的增值税发票。

5、现金结算，甲方向乙方提供明确的货款结算专人身份证明，甲方其他任何业务人员无权前往乙方处结算货款，并且必须持有合法的、完善的相关结算票据，否则甲方不予以承认。

6、乙方每月日必须配合甲方对上月双方发生的销售、付款及费用进行详细对帐。

7、如果乙方拖欠甲方货款，甲方有权利对其停止发货。

九、促销活动

1、甲方根据市场需要，在一些大型卖场采取特价、赠送、品尝、海报等常规促销活动，应提前将计划方案通知乙方。

2、对于甲方在全国或者全省或者全市统一的大型促销或者展示活动，乙方应该提前做好人力和物力上的准备，并全力配合好甲方的活动。

3、对于甲方安排的促销计划，乙方应该全力配合执行，协同甲方谈判压缩各类费用，安排场地、提供物力支持和人员支持等。

4、甲方可以根据市场需要和乙方的申请，给予乙方所属卖场配备一定数量的专职或者兼职促销人员。是否配备促销员或者配备数量由甲方决定。

5、乙方的任何新商品进店或者新开业商超进店，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意。

6、乙方的任何宣传促销活动计划，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意和认可。

十、促销品和广告宣传

1、甲方的新产品如系列，甲方按照进货比例，配发不干胶张贴画、双面宣传单页、笔记本、餐巾纸、手提袋、促销台等宣传品。

2、今后甲方将继续设计制作增加促销品的种类，如促销员统一着服装、雨伞、展示架等等各类促销宣传品。

3、甲方将根据乙方市场的实际运作情况，确定是否给予乙方市场一定的广告宣传支持。

4、甲方对乙方所属区域的广告投入，由甲方人员直接操作投入，乙方不接触投入费用，但乙方应该全力配合甲方的信息收集、价格费用谈判、人力支援及提供合理的广告投入建设性建议。

5、今后甲方可能对乙方市场进行广告投入的方式主要是电视广告、公交车体广告、报纸广告和城市广告牌等方面。

十一、销售费用和甲方对市场投入

1、甲、乙双方的商超客户转户，如果需要产生费用的，由甲方承担，乙方应全力协调客情将该费用压缩到最低。

2、甲方的常规产品销售，甲方不提供任何促销品宣传品，基本不做广告宣传投入。

3、乙方在和客户对帐、结算过程中出现的误差或者卖场耗损或者货物丢失、商品价差、罚款等等费用，由乙方自行承担。

4、乙方在经营过程中产生的所有运营费用，甲方不予以承担，任何商场扣点和年节庆费、开业费、赞助费等等商超杂费，甲方不予承担，应由乙方完全承担。

5、乙方在经营过程中出现的呆死帐或者以物抵货款等，甲方一概不予以承担。

6、甲方承担新商品的单品进店(条码)费用(若费用较大，双方协商分担)。

7、甲方承担卖场促销人员管理费(若费用较大，双方协商分担)。

8、促销员的销售提成由乙方承担。

9、甲方承担促销员基本工资及试吃品和物料费用(若费用较大，双方协商分担)。

10、甲方承担卖场的堆头、端架、海报费用(若费用较大，双方协商分担)。

11、促销期间的折价让利或者赠品费用，由甲、乙双方协商承担，要求乙方在促销期间的销售毛利率(扣除商超各类结帐扣点后)不得超过\_\_\_\_\_\_。

12、乙方应充分发挥大型代理商的规模优势和客情优势协助甲方进行关系沟通和谈判，将需要甲方承担应支付的各项费用压缩到最低。

13、甲方明确承诺给予乙方在每个商超的最低年促销次数(客户年促销计划表)。

14、乙方向甲方申请的促销、宣传费用投入，必须向甲方提供正式的费用发票，并附带详细的费用清单表，并及时将销售数据和效果评估报告上报甲方。

15、乙方向甲方提供的费用，必须实事求是，否则，甲方有权利拒付费用，并对乙方做出同等金额的罚款。

十二、销售任务和奖励

1、本合同签定三个月后，甲、乙双方协商制定乙方的年销售任务，乙方必须保障年销售任务基数完成，否则甲方有权利中止和乙方的代理合同(年销售任务的文件作为本合同的有效附件)。

2、在经营过程中随着乙方客户的增加和减少或者其他等不可预计因素的出现，甲、乙双方可以协商调整任务基数额。

3、甲、乙双方的销售任务超额奖励，可以单独签定协议书作为本合同的有效附件。

十三、甲、乙双方的权利和义务

1、甲方有义务主动协助乙方协调好同商超卖场的各级客情关系。

2、甲方应及时向乙方提供各类优秀的促销方案。

3、甲方对乙方的经营行为有监督指导权。

4、甲方负责对促销人员的管理和培训工作，同时具有对乙方业务人员进行培训的义务。

5、甲方有权利随时核查乙方的经营帐目和费用(限甲方产品)。

6、甲方有权利给乙方制定特殊时期或者情况的指导销售价格，乙方应遵照执行。

7、乙方应该对甲方的价格、销量、政策、计划方案等商业秘密，给予严格保密，否则一旦造成不必要的损失或者影响，乙方应承担完全责任，并赔偿甲方相关损失(包括无形资产损失)。

8、乙方应该定期向甲方提供甲方产品的销售数据报表、客户档案资料。

9、乙方应该及时将市场综合信息反馈提供给甲方。

10、乙方有义务维护好甲方的市场网络和品牌基础建设。

11、乙方应该服从甲方对市场方面的统一号召及相关指导政策和规定。

12、乙方不得对甲方的各项核查工作予以刁难或者不配合。

十四、违约责任的承担和处罚

1、甲、乙双方应严格遵守本合同的约定事项，在本合同明确规定的处罚事项，按照本合同规定执行，本合同未明确的违约处罚事项，双方可商定，但处罚金额最低限度标准为\_\_\_\_\_\_元

2、乙方在经营过程中有明确违反本合同规定，且性质严重的，甲方可提前终止合同。

3、乙方在经营过程中对甲方的市场或者品牌造成损害或者损失的，或者消极、敷衍销售，造成市场份额严重下滑的，乙方应承担相关赔偿，同时甲方有权利终止合同。

4、乙方在经营过程中背离甲方原则规定，不服从甲方对市场的统一运作规划管理的，甲方有权利终止该合同，收回乙方的产品代理权。

十五、合同的期限、续签、解除

1、本合同自签定之日起有效期限壹年，合同签定时间：\_\_\_\_\_\_\_。

2、合同期满甲、乙双方可重新谈判合同条款，继续签定合作合同，同等条件下，甲方给予乙方优先签定权。

3、中途解除合同或者合同期满不再续签合作的，甲、乙双方应将相互之间的合同约定费用以及货款等事宜在15天时间内两清，如乙方要求清退甲方货物的，甲方应给予清退，并于清退完完毕后15天内付清乙方的退货款项(限商品质量完好无损)。

十六、合同其他约定及补充事项

1、甲、乙双方除本合同之外的任何书面形式、且手续齐全的补充约定，在本合同有效期内均可作为本合同的有效附件，甲、乙双方应给予承认。

2、本合同未尽事项，双方协商解决，未果，交由甲方所在地法院裁决。

3、本合同签署地：\_\_\_\_\_\_\_山东省\_\_\_\_公司驻地。

4、本合同一式四份共计六页，涂改或者复印无效，甲、乙双方各执两份。

5、本合同自双方签定之日起生效。

6、在以后合作过程中通过双方协商补签或者修改的一切正规书面协议内容，均告有效。

7、补充事项添加：\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_

法人：\_\_\_\_\_\_\_法人：\_\_\_\_\_\_\_

代表人：\_\_\_\_\_\_\_代表人：\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_开户银行：\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_帐号：\_\_\_\_\_\_\_

税号：\_\_\_\_\_\_\_税号：\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇二**

甲方：

乙方：

以下简称甲方和乙方：

甲、乙双方为了更好的发挥系列产品的效应，进一步提高系列产品的市场占有率和销量，实现国内贸易的崛起，在遵守国家法律、法规，本着诚信经营、平等互利的原则，达成如下共识，并签定此商品代理合同：

一、双方的基本条件约定

1、甲方向乙方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证，

食品销售代理合同。

2、乙方向甲方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

3、商超客户的代理，乙方必须具备一般纳税人资格。

4、乙方应对甲方的品牌有足够的了解和认知认可度，且乙方的经营性质应该和甲方的产品属性、销售渠道相吻合。

5、甲方的商品送达乙方仓库，并由乙方验收和向甲方付款后，其商品所有权归属乙方所有，但其商标使用权归甲方所有，乙方不得擅自使用。

6、乙方在合同期内，不得销售与甲方商品所属同类的其他品牌商品，否则甲方有权利提前中止合同，取消乙方的代理经营权。

7、乙方必须对所属区域内的现有客户具备融洽的客情关系和良好的社会关系。

8、乙方必须具备健全的财务管理系统，能及时提供各项真实有效的数据报表给甲方。

二、合同约定乙方的销售区域和销售渠道

1、甲方允许乙方代理经营的销售区域和客户名称：。(见附表1)

2、乙方不得将甲方商品出现在上述区域或者客户之外的范围销售，否则一经发现，甲方有权按照其售价货值金额的30%对乙方进行经济处罚，并责令其限期收回货物。

3、甲方尽量保证乙方的所属客户以及其区域范围内不出现其他代理商或者客户所经营的\*\*品牌商品销售，一旦出现，甲方将积极给予协调解决，同时乙方应该给予谅解。

4、在双方合作过程中，乙方所属区域内的未来潜在客户(新开业客户)，原则上由乙方进行经营管理，但是，乙方必须以书面形式向甲方提交申请报告并得到甲方的许可后，方可进场销售。否则，甲方有撤消或者转交乙方对此新客户的经营权。

5、甲方将原有客户交付给乙方，乙方通过对帐和审查无误并同意接收后，所转交客户将来出现的任何差错或者经营合作问题，甲方不再承担任何责任(双方单独另有约定除外)。

三、品牌保证金

1、商标作为中国驰名商标，品牌作为中国商品，更是中国行业老大，连续十年中国\*\*市场占有率第一，其固有品牌价值和未来的潜在价值都是不可估量的，\*\*集团作为中国农业产业化龙头企业，其未来发展的潜力和品牌价值是商界和企业界所瞩目的。

2、乙方销售甲方产品，有权利和义务维护品牌的形象，并向甲方支付元的品牌保证金，以确保乙方在销售甲方的产品过程中不对甲方的品牌名誉和网络基础建设等方面造成损害。

3、品牌保证金应在自合同签定之日起两日内，向甲方支付，甲方给予开具加盖甲方公章的保证金收据，合同期满5日内，如乙方未违反本合同规定且未做出有损甲方品牌声誉或者市场基础建设的行为，甲方全额返还给乙方。

4、在合同期内，乙方若违反合同，或者给甲方的市场经营造成损失，甲方有权据情扣罚乙方的保证金，乙方必须在5天时间内向甲方交纳补齐所扣罚的保证金。

四、合同约定的商品规格和价格

1、甲方提供给乙方的价格是含税到岸价格。(见价格表)

2、乙方供给商超等各类客户的价格完全遵照甲方规定的价格执行，乙方不得擅自更改任何价格(允许乙方的销售价格高于甲方规定价格10%以内)。(见附表1)

3、甲方不向乙方提供特定规格的或者贴牌商品。

4、如果乙方对于甲方的某些商品不愿意代理，甲方可转交给其他代理商代理。

5、因乙方不执行或者低于甲方规定的各级外销价格，造成货物向其他地区的窜货的，乙方需完全承担一切损失和责任。

6、乙方有责任规范和管理好所属区域的下级客户的价格体系，一旦造成窜货行为或者不良的低价影响或者遭到其他地区客户的投诉，乙方应承担完全责任。

7、乙方因低价供货造成下属终端客户的零售价低于市场正常零售价格，而遭到同一区域其他代理商或者终端客户投诉或者索赔的，乙方应承担完全责任和损失索赔。甲方有权对其做出相应的经济处罚。

8、乙方因节假日或者其他庆祝活动或者为图商品增销量或者为宣传商品或者为处理积压库存等目的需要在特定时间范围内，特定地点，或者限定销量的前提下，需要进行特殊价格销售的，必须最少提前四天向甲方报批申请，并取得甲方书面同意后，方可执行。

9、因甲方原材料价格或者生产等原因，需要对出厂价格统一上调或者下调的，乙方应该给予配合支持，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知30日内，全面按照甲方的要求调整对外销售价格，并执行完毕。

五、商品的质量和索赔

1、甲方承诺向乙方提供的商品属于符合国标的合格商品，并向乙方提供所有商品质量检测报告书的复印件。

2、乙方进购甲方的商品后在保质期内，任何因甲方自身质量原因造成的相关损失和关联到的赔偿由甲方承担一切经济和法律责任。

3、因乙方自身保管或者运输等原因造成的商品质量损害及造成的相关损失和关联到的赔偿事宜等，由乙方承担一切经济和法律责任。

4、乙方经营期间，通过甲方同意后，在一些乙方经营区域所在地各级职能部门所做的关于产品质量方面的检测，或者当地政府职能部门自行抽查，其检测费用由甲方承担。

六、甲方的供货、退货服务

1、甲方根据乙方的定单，将货物送达乙方仓库，乙方保证在收到定单小时内将货物送达乙方的固定仓库，仓库地点：。

2、乙方定单的每次最低定货金额：元，否则甲方不予安排送货。

3、乙方要求自行提货的，甲方给予乙方成本价格的运费补贴。

4、乙方自提货物或者收到甲方来货，必须当面清点数量和检查货品质量，无误，即给予签署甲方的发货单据，乙方提货离开甲方仓库或者甲方送货人员离开乙方仓库，甲方即不对货物的非生产质量问题和数量缺少负责。

5、乙方在收到货物15天时间内发现批次质量问题的，可通知甲方退换货。

6、甲方保证乙方正常销售经营状态下的货物供应，因甲方原因如公路或者铁路运输等不可控制因素造成的货物暂缺，乙方应该给予谅解，甲方也应全力保障好乙方的货物供应，并经常向乙方通报货物库存情况，并对畅销量大商品实行“15天预警”控制，将货物缺口造成的销量损失，降到最低极限。

7、乙方计划做促销活动时，必须提前20天以书面形式向甲方提出申请计划，以便甲方能够及时备货。

8、旺季或者重大节假日来临前一个月，甲、乙双方应就库存备货，加强沟通，对市场需求作好预测，提前做出合理的备货计划准备。

9、由于滞销原因，导致乙方个别单品货物库存积压，在保质期到达前三个月时间内、且商品质量完好，甲方允许给予折价退换货物。

10、由于包装破损原因造成乙方货物无法正常销售，如果产品内在质量完好，甲方给予乙方退换货。(鼠损虫咬商品，甲方一律不给予退换货)

11、系列产品，需乙方自行妥善保管和运输，由于破损原因，甲方不给予退换货。

12、产品如果由于滞销原因造成积压，必须要求在保质期到达前五个月，且商品内外包装完好无损，内在质量完好无损，甲方可允许折价后退换货，否则，由乙方自行承担损失，

七、乙方的经营服务职责

1、乙方负责对所属区域内的所有客户的对、结帐和供、退货服务工作。

2、乙方应最少固定部送货车和名固定业务人员做好甲方产品的市场维护服务工作。

3、乙方必须配备足够的业务人员和理货人员，加强对甲方产品排面的理顺，乙方保证甲方产品的排面在同类商品中位置，单品排面最多，乙方保障每个客户的货架上单品不缺、货物不缺。

4、乙方应保证在接到客户定单24小时内，将货物送达。

5、乙方不得以人员或者车辆紧张原因为借口，延误送货。

6、乙方不得以客户定单数量少等原因为借口，而拖延或者不予送货。

7、对于商超等客户要求的退换货，乙方应该及时给予服务到位。

8、乙方保证所属区域范围内的ka卖场的进场率达到90%。

9、乙方保证所属区域范围内各类终端网点的进场覆盖率达到70%以上。

八、关于结算方式

1、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，甲方在确认乙方的货款到帐后，方可给乙方发货。

2、对于前期甲方在商场等客户的未尽应收帐款，其债权转由乙方接收，乙方须在合同签定三天内以现款方式付给甲方，或者同甲方签定前期货款付款计划表(作为本合同有效附件)，或者由甲方自行向原客户收取。

3、乙方对甲方的付款方式可以是：现金、支票、电汇、银行汇票方式。

4、甲方向乙方提供相应税率的增值税发票。

5、现金结算，甲方向乙方提供明确的货款结算专人身份证明，甲方其他任何业务人员无权前往乙方处结算货款，并且必须持有合法的、完善的相关结算票据，否则甲方不予以承认。

6、乙方每月日必须配合甲方对上月双方发生的销售、付款及费用进行详细对帐。

7、如果乙方拖欠甲方货款，甲方有权利对其停止发货。

九、促销活动

1、甲方根据市场需要，在一些大型卖场采取特价、赠送、免费品尝、海报等常规促销活动，应提前将计划方案通知乙方。

2、对于甲方在全国或者全省或者全市统一的大型促销或者展示活动，乙方应该提前做好人力和物力上的准备，并全力配合好甲方的活动。

3、对于甲方安排的促销计划，乙方应该全力配合执行，协同甲方谈判压缩各类费用，安排场地、提供物力支持和人员支持等。

4、甲方可以根据市场需要和乙方的申请，给予乙方所属卖场配备一定数量的专职或者兼职促销人员。是否配备促销员或者配备数量由甲方决定。

5、乙方的任何新商品进店或者新开业商超进店，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意。

6、乙方的任何宣传促销活动计划，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意和认可。

十、促销品和广告宣传

1、甲方的新产品如系列，甲方按照进货比例，免费配发不干胶张贴画、双面宣传单页、笔记本、餐巾纸、手提袋、促销台等宣传品。

2、今后甲方将继续设计制作增加促销品的种类，如促销员统一着服装、雨伞、展示架等等各类促销宣传品。

3、甲方将根据乙方市场的实际运作情况，确定是否给予乙方市场一定的广告宣传支持。

4、甲方对乙方所属区域的广告投入，由甲方人员直接操作投入，乙方不接触投入费用，但乙方应该全力配合甲方的信息收集、价格费用谈判、人力支援及提供合理的广告投入建设性建议。

5、今后甲方可能对乙方市场进行广告投入的方式主要是电视广告、公交车体广告、报纸广告和城市广告牌等方面。

十一、销售费用和甲方对市场投入

1、甲、乙双方的商超客户转户，如果需要产生费用的，由甲方承担，乙方应全力协调客情将该费用压缩到最低。

2、甲方的常规产品销售，甲方不提供任何促销品宣传品，基本不做广告宣传投入。

3、乙方在和客户对帐、结算过程中出现的误差或者卖场耗损或者货物丢失、商品价差、罚款等等费用，由乙方自行承担。

4、乙方在经营过程中产生的所有运营费用，甲方不予以承担，任何商场扣点和年节庆费、开业费、赞助费等等商超杂费，甲方不予承担，应由乙方完全承担。

5、乙方在经营过程中出现的呆死帐或者以物抵货款等，甲方一概不予以承担。

6、甲方承担新商品的单品进店(条码)费用(若费用较大，双方协商分担)。

7、甲方承担卖场促销人员管理费(若费用较大，双方协商分担)。

8、促销员的销售提成由乙方承担。

9、甲方承担促销员基本工资及试吃品和物料费用(若费用较大，双方协商分担)。

10、甲方承担卖场的堆头、端架、海报费用(若费用较大，双方协商分担)。

11、促销期间的折价让利或者免费赠品费用，由甲、乙双方协商承担，要求乙方在促销期间的销售毛利率(扣除商超各类结帐扣点后)不得超过5%。

12、乙方应充分发挥大型代理商的规模优势和客情优势协助甲方进行关系沟通和谈判，将需要甲方承担应支付的各项费用压缩到最低。

13、甲方明确承诺给予乙方在每个商超的最低年促销次数(客户年促销计划表)。

14、乙方向甲方申请的促销、宣传费用投入，必须向甲方提供正式的费用发票，并附带详细的费用清单表，并及时将销售数据和效果评估报告上报甲方。

15、乙方向甲方提供的费用，必须实事求是，否则，甲方有权利拒付费用，并对乙方做出同等金额的罚款。

十二、销售任务和奖励

1、本合同签定三个月后，甲、乙双方协商制定乙方的年销售任务，乙方必须保障年销售任务基数完成，否则甲方有权利中止和乙方的代理合同(年销售任务的文件作为本合同的有效附件)。

2、在经营过程中随着乙方客户的增加和减少或者其他等不可预计因素的出现，甲、乙双方可以协商调整任务基数额。

3、甲、乙双方的销售任务超额奖励，可以单独签定协议书作为本合同的有效附件。

十三、甲、乙双方的权利和义务

1、甲方有义务主动协助乙方协调好同商超卖场的各级客情关系。

2、甲方应及时向乙方提供各类优秀的促销方案。

3、甲方对乙方的经营行为有监督指导权。

4、甲方负责对促销人员的管理和培训工作，同时具有对乙方业务人员进行培训的义务。

5、甲方有权利随时核查乙方的经营帐目和费用(限甲方产品)。

6、甲方有权利给乙方制定特殊时期或者情况的指导销售价格，乙方应遵照执行。

7、乙方应该对甲方的价格、销量、政策、计划方案等商业秘密，给予严格保密，否则一旦造成不必要的损失或者影响，乙方应承担完全责任，并赔偿甲方相关损失(包括无形资产损失)。

8、乙方应该定期向甲方提供甲方产品的销售数据报表、客户档案资料。

9、乙方应该及时将市场综合信息反馈提供给甲方。

10、乙方有义务维护好甲方的市场网络和品牌基础建设。

11、乙方应该服从甲方对市场方面的统一号召及相关指导政策和规定。

12、乙方不得对甲方的各项核查工作予以刁难或者不配合。

十四、违约责任的承担和处罚

1、甲、乙双方应严格遵守本合同的约定事项，在本合同明确规定的处罚事项，按照本合同规定执行，本合同未明确的违约处罚事项，双方可商定，但处罚金额最低限度标准为元

2、乙方在经营过程中有明确违反本合同规定，且性质严重的，甲方可提前终止合同。

3、乙方在经营过程中对甲方的市场或者品牌造成损害或者损失的，或者消极、敷衍销售，造成市场份额严重下滑的，乙方应承担相关赔偿，同时甲方有权利终止合同。

4、乙方在经营过程中背离甲方原则规定，不服从甲方对市场的统一运作规划管理的，甲方有权利终止该合同，收回乙方的产品代理权。

十五、合同的期限、续签、解除

1、本合同自签定之日起有效期限壹年，合同签定时间：。

2、合同期满甲、乙双方可重新谈判合同条款，继续签定合作合同，同等条件下，甲方给予乙方优先签定权。

3、中途解除合同或者合同期满不再续签合作的，甲、乙双方应将相互之间的合同约定费用以及货款等事宜在15天时间内两清，如乙方要求清退甲方货物的，甲方应给予清退，并于清退完完毕后15天内付清乙方的退货款项(限商品质量完好无损)。

十六、合同其他约定及补充事项

1、甲、乙双方除本合同之外的任何书面形式、且手续齐全的补充约定，在本合同有效期内均可作为本合同的有效附件，甲、乙双方应给予承认。

2、本合同未尽事项，双方协商解决，未果，交由甲方所在地法院裁决。

3、本合同签署地：山东省莱阳市龙旺庄镇龙大集团公司驻地。

4、本合同一式四份共计六页，涂改或者复印无效，甲、乙双方各执两份。

5、本合同自双方签定之日起生效。

6、在以后合作过程中通过双方协商补签或者修改的一切正规书面协议内容，均告有效。

7、补充事项添加：

甲方：乙方：

法人：法人：

代表人：代表人：

开户银行：开户银行：

帐号：帐号：

税号：税号：

电话：电话：

传真：传真：

地址：地址：

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇三**

需方： (以下简称甲方)

供方：(以下简称乙方)

合同签订日期：\_\_年\_\_月\_\_日

一、品名、规格、数量、单价、金额、交货时间、交货地点：

二、质量要求：产品生产全过程中，不得使用任何化学香料原料，成品茶的大样须与小样一致;

三、验收标准：按双方确认的小样为标准，到货后需方验货，如有质量问题应在五天内反馈;

四、交货方式：

五、违约责任：未经双方同意，单方终止或废除合同的，承受未执行合同金额百分之五的违约金;

六、纠纷解决方式： 由双方代表协商解决，若协商不成，交由人民法院裁决;

七、其他条款：本合同经双方签字盖章后生效;

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇四**

甲方：

乙方：

为了繁荣我国旅游事业，发扬我国的茶文化，提高宾馆、酒店创收能力，满足客人的需求，甲乙双方本着平等、互惠、共同发展的原则，就乙方代销甲方茶叶达成如下协议：

一、甲方责任和义务

1、甲方交乙方销售的茶叶其相关标准符合国家相关要求。如不符合，由甲方承担全部责任。

2、甲方以铺底的方式请乙方代为销售，并为乙方客房提供专用功夫茶具，在合同期满后，乙方将茶 具归还甲方。

二、乙方责任和义务

1、乙方尽可能多向客人介绍和推荐甲方产品的作用和功效，并且应将茶叶和茶具摆放在客房的茶几 上，在双方合作期间乙方不再客房经营同类品种。

2、乙方在销售过程中如确系客人原因损坏茶具可按本价格索赔，明细为：茶盘为20元/个，艺术壶 15元/个，茶海10元/个，功夫杯2元/个，赔偿款归乙方所有;如因客人或服务人员不慎损坏茶具， 可免予赔偿，甲方有义务为乙方免费进行更换。

三、茶叶的供货价格和铺底数量

1、茶叶建议销售价格为

2、甲方向乙方的供货价为每罐人民币 元，超出供货价部分利润归甲方所有。

3、甲方根据乙方的实际情况铺底茶叶套，如在合同期内销售不出去， 乙方无偿将茶叶及茶具归还甲方。

四、货款结算方式

按每月实际销售结算。(甲方按乙方的实际销量出具发票并补充茶叶，乙方须在一星期之内出具转账支票或电汇凭证)。

五、公司银行资料：

单位：

开户行：

账号：

六、违约责任

除不可抗力或国家政策规定外，无论哪一方违约，都应由违约方赔偿因此给对方造成的经济损失。

1、乙方在销售过程中若遇客人将包装拆封但内包装完好，甲方给予调换。

2、甲方在茶叶保质期满之前三个月提前更换。

八、本合同一式二份，双方各执一份，自双方签字之日起生效，有效期一年，未尽事宜，双方另行 商定。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇五**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方根据民事及中国软件相关法律，并根据诚信及互利的原则，经友好协商一致，签定此合同。双方申明都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自所应承担的权利与义务，严格执行本合同如下内容：

一、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区总代理，享受甲方制定的一切优惠政策。

二、甲方的权利与义务

1。甲方保证给乙方提供产品均为正版产品并保证乙方所在区域即\_\_\_\_\_\_\_\_地区的\*代理权，且不得自行直接向乙方所在区域的客户销售本合同的标的物。

2。甲方新品上市应及时通知乙方，甲方有义务及时为乙方提供与产品销售相关的技术支持、信息及资料便于乙方开展销售及宣传工作，乙方在销售方面应积极密切配合。

3。甲方对乙方所提供的销售、市场、库存等信息严格保密，不得泄露给第三方。

4。每次发货量由双方协商决定。首次订货量不得低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元(折扣后)。

三、乙方权利与义务

1。乙方应积极主动推广甲方的产品并配合甲方做好相应的市场活动，便于促进销售。

2。如果发现产品存在质量问题，应在三日内书面通知甲方进行调换。(乙方造成的人为损坏如划伤、压裂等情况不在甲方负责调换范围内)。

3。乙方对甲方所提供的产品相关价格、代理规定等情况严格保密，不得泄露给第三方。但是，甲方如有欺诈行为，即销售给乙方的价格高于其他代理商的，那么乙方不受上款规定约束。

4。乙方保证不对甲方产品做任何侵权行为，不侵害产品发版权及商标权，在销售过程中，一但发现版权被他人侵犯，应及时通知甲方并提供帮助。

5。乙方可自行向其下属经销商或专卖店供货。

四、违约责任

1。乙方一旦发生违约，违规行为对甲方名誉、经济造成损失时，甲方有权立即取消其特约经销商的资格，同时乙方向甲方支付违约金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

2。甲方如果在乙方代理区域内增设代理或者直接实施销售行为的或有价格欺诈行为的，甲方向乙方支付违约金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

五、销售政策

1。乙方须销售甲方的全部产品，甲方销售给乙方价格为零售价的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_折(除特殊产品以外)。零售价见附表。

2。结算方式为：款到发货。

六、交货方式

1。甲方收到乙方货款后三天内将货发出。

2。铁路：甲方负责将乙方所须产品走铁路运输运送到乙方所在城市的车站，由乙方负责从车站提货。

3。公路：甲方负责将乙方所须产品走公路运输公司运送到乙方所在城市的货运公司，由乙方负责从货运公司提货。

4。乙方应在收到货后应立即验货核查，如有问题须在三天内书面通知甲方，甲方三天内没收到乙方的通知视为本批货与甲方的出库单数量、品种核对无误。

5。运输费用由甲方承担，但调货时的运输费用由乙方承担。

七、其它事项

1。本协议一式两份，双方各执一份，本协议经双方签字盖章后生效。

2。本协议传真复印件有效。

3。本协议有效期限为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日。

附件零售价格表(略)

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇六**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方根据民事及中国软件相关法律，并根据诚信及互利的原则，经友好协商一致，签定此合同。双方申明都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自所应承担的权利与义务，严格执行本合同如下内容：

一、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区总代理，享受甲方制定的一切优惠政策。

二、甲方的权利与义务

1。甲方保证给乙方提供产品均为正版产品并保证乙方所在区域即\_\_\_\_\_\_\_\_地区的\*代理权，且不得自行直接向乙方所在区域的客户销售本合同的标的物。

2。甲方新品上市应及时通知乙方，甲方有义务及时为乙方提供与产品销售相关的技术支持、信息及资料便于乙方开展销售及宣传工作，乙方在销售方面应积极密切配合。

3。甲方对乙方所提供的销售、市场、库存等信息严格保密，不得泄露给第三方。

4。每次发货量由双方协商决定。首次订货量不得低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元(折扣后)。

三、乙方权利与义务

1。乙方应积极主动推广甲方的产品并配合甲方做好相应的市场活动，便于促进销售。

2。如果发现产品存在质量问题，应在三日内书面通知甲方进行调换。(乙方造成的人为损坏如划伤、压裂等情况不在甲方负责调换范围内)。

3。乙方对甲方所提供的产品相关价格、代理规定等情况严格保密，不得泄露给第三方。但是，甲方如有欺诈行为，即销售给乙方的价格高于其他代理商的，那么乙方不受上款规定约束。

4。乙方保证不对甲方产品做任何侵权行为，不侵害产品发版权及商标权，在销售过程中，一但发现版权被他人侵犯，应及时通知甲方并提供帮助。

5。乙方可自行向其下属经销商或专卖店供货。

四、违约责任

1。乙方一旦发生违约，违规行为对甲方名誉、经济造成损失时，甲方有权立即取消其特约经销商的资格，同时乙方向甲方支付违约金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

2。甲方如果在乙方代理区域内增设代理或者直接实施销售行为的或有价格欺诈行为的，甲方向乙方支付违约金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

五、销售政策

1。乙方须销售甲方的全部产品，甲方销售给乙方价格为零售价的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_折(除特殊产品以外)。零售价见附表。

2。结算方式为：款到发货。

六、交货方式

1。甲方收到乙方货款后三天内将货发出。

2。铁路：甲方负责将乙方所须产品走铁路运输运送到乙方所在城市的车站，由乙方负责从车站提货。

3。公路：甲方负责将乙方所须产品走公路运输公司运送到乙方所在城市的货运公司，由乙方负责从货运公司提货。

4。乙方应在收到货后应立即验货核查，如有问题须在三天内书面通知甲方，甲方三天内没收到乙方的通知视为本批货与甲方的出库单数量、品种核对无误。

5。运输费用由甲方承担，但调货时的运输费用由乙方承担。

七、其它事项

1。本协议一式两份，双方各执一份，本协议经双方签字盖章后生效。

2。本协议传真复印件有效。

3。本协议有效期限为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日。

附件零售价格表(略)

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇七**

甲方：

乙方：

本协议经甲乙双方友好协商，本着共同发展和风险共担的原则，就共同开拓甲方所有产品的销售市场事宜，达成如下协议：

第一条总则

1.甲方授权乙方为淮南区域甲方所有产品总代理。

2.乙方在授权期内有权使用甲方所有产品地区总代理的名义从事一切有关产品的合法商业活动。

3.乙方须按实际情况将公司的营业执照，税务登记证复印件提供给甲方，发生变更时，应在10天内书面通知甲方备案。

4.甲乙双方的任何一方对另一方的商业行为.法律行为和经营损失不承担责任。

第二条代理销售的产品

本合同所指乙方代理销售的产品是。

第三条合同期限

本合同一式两份，双方签字盖章后生效，甲乙双方各执壹份，具有同等法律效力。本合同有效期壹年（从20xx年月日至20xx年月日）。此合同期满后，乙方可于期满前十五天申请再行续订合同，否则合同自行终止。

第四条甲方的责任和义务

1、甲方负责产品的媒体广告投放，以及地面宣传所需要的宣传印刷品，如产品宣传单页等

2、甲方负责产品的升级和研发；并为乙方提供必要的技术及服务培训，并尽力向乙方提供技术咨询，解答有关产品功能性能相关的问题。

3、甲方提供代理产品的维修服务并制定售后服务规则（详见服务规范）

4、甲方负责将产品发送到乙方指定仓库，由甲方承担干线物流费用；

5、如乙方违反甲方规定的销售价格体系进行销售或销售甲方以外的任何第三方同类产品，并造成甲方产品市场价格混乱的，甲方有权随时取消乙方的代理资格，并从取消之日起不再承担对该代理的价格和其他支持。

6、甲方有义务保证乙方市场的稳定，杜绝其他代理商恶意窜货，保证乙方在代理区域内的代理权，如发现恶意窜货行为，甲方为乙方清理市场，并协助追讨窜货人或窜货单位赔偿乙方由此产生的市场损失。

第五条乙方的责任和义务

1、乙方在经营活动中有责任维护甲方公司的渠道体系、价格体系以及市场形象，不得从事有损于甲方或甲方其他合作伙伴的利益，以及所代理产品形象的行为。若发生此类事件甲方有权立即终止协议。同时乙方有义务向甲方反馈甲方其他合作伙伴的违约行为，并协同甲方追究违约合作伙伴的违约责任。

2、当甲方在乙方及其供应的销售商所在地进行产品推广活动时，乙方有义务提供人员及合理的设备予以配合。

3、在代理区域内，乙方应积极地充分地进行宣传以促进产品的销售，

4、乙方须具备成熟的产品销售经验和销售网络，配有专业销售人员，并承诺在经营过程中严格遵守国家法律。

5、乙方在代理区域内以通过正常途径、合法的宣传方式销售甲方产品；在销售上出现任何问题（非质量问题）由乙方自行承担，甲方可帮助协调处理。

6、乙方应向甲方及时提供产品经销计划，反馈产品的市场状况，以便甲方能及时掌握市场信息并调整市场策略。

7、乙方不能对终端客户承诺超出甲方提供的产品技术范围的额外技术承诺，如由此造成损失由乙方负责。

第六条交货与验收

1、甲方在收到乙方货款五日内（按货款到帐时间计）发货。如因一方责任造成发货失误，相关损失由责任方承担。

2、乙方定单所需产品允许分批交货，允许分运、转运。发货地点：甲方指定仓库。交货地点：乙方指定地点（仅限乙方公司住所地）。

3、为了保证市场秩序违例的可追溯性，甲方出厂前在产品内编有序列号，乙方需对甲方的出货逐一做好记录：出货单位全称、型号、数量、单价、产品序列号及相关票据等。

4、验收：乙方在收到货物时，应根据甲方提供的装箱单进行验收。如果发现任何货物短缺、故障、损坏或与协议规定不符合之处，乙方必须在二日内以书面形式通报甲方。若乙方逾期不报，则甲方将视为乙方一次性验收合格，甲方将不再履行质量保证条款。对乙方验收不合格产品，经甲方指定人员确认后，可在5个工作日内办理换货手续，如甲方无同样合格货物，双方可协商办理退换手续。

第七条产品结算价格及货款支付

一、以甲方的名义签定合同

结算方式：扣去税额及货款后的利润，按照矿方的付款方式同期内(一周内)付给乙方。具体金额按照甲乙双方签定的单笔购货合同为准。

二、以乙方的名义签定合同

1、结算方式：签定合同后，由乙方向甲方支付15%的订金，货到矿验收合格后支付75%，10%作为产品质量保证金，在订购新货时随订金支付。

2、甲方接受灵活的付款方式，包括支票、电汇、银行汇票、承兑。币种：人民币。

3、乙方在办理完付款手续后，应及时将付款凭证（电汇单、转账支票、汇票等）传真至甲方，以便甲方按付款时间的先后次序安排发货。

4、发票开具：甲方根据乙方的到帐货款和实际发货数量、金额，开具发票。

第八条售后服务条款

第九条违约责任

甲乙双方应全面履行本协议的约定。违反约定，给对方造成损失的，应根据合同相关条款承担违约责任。

第十条附则

1、本协议的所有附件具同等法律效力，在本协议执行过程中达成的其他补充协议亦具有同等法律效力。本合同一式两份，双方各执一份，具有同等法律效力。

2、本合同自双方签字并加盖公章之日起生效，有效期壹年，自年月日至年月日止。

3、乙方收货人员确认书是本合同的附件，与本合同具有同等法律效力。

第十一条：其他补充条款：略

甲方：

代表人：

帐户：

开户银行：

纳税登记号：

签约日期：20xx年月日

乙方：代表人：帐户：开户银行：纳税登记号：签约日期：年月日

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇八**

甲方：

乙方：

以下简称甲方和乙方：

甲、乙双方为了更好的发挥系列产品的效应，进一步提高系列产品的市场占有率和销量，实现国内贸易的崛起，在遵守国家法律、法规，本着诚信经营、平等互利的原则，达成如下共识，并签定此商品代理合同：

一、双方的基本条件约定

1、甲方向乙方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证，

食品销售代理合同。

2、乙方向甲方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

3、商超客户的代理，乙方必须具备一般纳税人资格。

4、乙方应对甲方的品牌有足够的了解和认知认可度，且乙方的经营性质应该和甲方的产品属性、销售渠道相吻合。

5、甲方的商品送达乙方仓库，并由乙方验收和向甲方付款后，其商品所有权归属乙方所有，但其商标使用权归甲方所有，乙方不得擅自使用。

6、乙方在合同期内，不得销售与甲方商品所属同类的其他品牌商品，否则甲方有权利提前中止合同，取消乙方的代理经营权。

7、乙方必须对所属区域内的现有客户具备融洽的客情关系和良好的社会关系。

8、乙方必须具备健全的财务管理系统，能及时提供各项真实有效的数据报表给甲方。

二、合同约定乙方的销售区域和销售渠道

1、甲方允许乙方代理经营的销售区域和客户名称：。(见附表1)

2、乙方不得将甲方商品出现在上述区域或者客户之外的范围销售，否则一经发现，甲方有权按照其售价货值金额的30%对乙方进行经济处罚，并责令其限期收回货物。

3、甲方尽量保证乙方的所属客户以及其区域范围内不出现其他代理商或者客户所经营的\*\*品牌商品销售，一旦出现，甲方将积极给予协调解决，同时乙方应该给予谅解。

4、在双方合作过程中，乙方所属区域内的未来潜在客户(新开业客户)，原则上由乙方进行经营管理，但是，乙方必须以书面形式向甲方提交申请报告并得到甲方的许可后，方可进场销售。否则，甲方有撤消或者转交乙方对此新客户的经营权。

5、甲方将原有客户交付给乙方，乙方通过对帐和审查无误并同意接收后，所转交客户将来出现的任何差错或者经营合作问题，甲方不再承担任何责任(双方单独另有约定除外)。

三、品牌保证金

1、商标作为中国驰名商标，品牌作为中国商品，更是中国行业老大，连续十年中国\*\*市场占有率第一，其固有品牌价值和未来的潜在价值都是不可估量的，\*\*集团作为中国农业产业化龙头企业，其未来发展的潜力和品牌价值是商界和企业界所瞩目的。

2、乙方销售甲方产品，有权利和义务维护品牌的形象，并向甲方支付元的品牌保证金，以确保乙方在销售甲方的产品过程中不对甲方的品牌名誉和网络基础建设等方面造成损害。

3、品牌保证金应在自合同签定之日起两日内，向甲方支付，甲方给予开具加盖甲方公章的保证金收据，合同期满5日内，如乙方未违反本合同规定且未做出有损甲方品牌声誉或者市场基础建设的行为，甲方全额返还给乙方。

4、在合同期内，乙方若违反合同，或者给甲方的市场经营造成损失，甲方有权据情扣罚乙方的保证金，乙方必须在5天时间内向甲方交纳补齐所扣罚的保证金。

四、合同约定的商品规格和价格

1、甲方提供给乙方的价格是含税到岸价格。(见价格表)

2、乙方供给商超等各类客户的价格完全遵照甲方规定的价格执行，乙方不得擅自更改任何价格(允许乙方的销售价格高于甲方规定价格10%以内)。(见附表1)

3、甲方不向乙方提供特定规格的或者贴牌商品。

4、如果乙方对于甲方的某些商品不愿意代理，甲方可转交给其他代理商代理。

5、因乙方不执行或者低于甲方规定的各级外销价格，造成货物向其他地区的窜货的，乙方需完全承担一切损失和责任。

6、乙方有责任规范和管理好所属区域的下级客户的价格体系，一旦造成窜货行为或者不良的低价影响或者遭到其他地区客户的投诉，乙方应承担完全责任。

7、乙方因低价供货造成下属终端客户的零售价低于市场正常零售价格，而遭到同一区域其他代理商或者终端客户投诉或者索赔的，乙方应承担完全责任和损失索赔。甲方有权对其做出相应的经济处罚。

8、乙方因节假日或者其他庆祝活动或者为图商品增销量或者为宣传商品或者为处理积压库存等目的需要在特定时间范围内，特定地点，或者限定销量的前提下，需要进行特殊价格销售的，必须最少提前四天向甲方报批申请，并取得甲方书面同意后，方可执行。

9、因甲方原材料价格或者生产等原因，需要对出厂价格统一上调或者下调的，乙方应该给予配合支持，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知30日内，全面按照甲方的要求调整对外销售价格，并执行完毕。

五、商品的质量和索赔

1、甲方承诺向乙方提供的商品属于符合国标的合格商品，并向乙方提供所有商品质量检测报告书的复印件。

2、乙方进购甲方的商品后在保质期内，任何因甲方自身质量原因造成的相关损失和关联到的赔偿由甲方承担一切经济和法律责任。

3、因乙方自身保管或者运输等原因造成的商品质量损害及造成的相关损失和关联到的赔偿事宜等，由乙方承担一切经济和法律责任。

4、乙方经营期间，通过甲方同意后，在一些乙方经营区域所在地各级职能部门所做的关于产品质量方面的检测，或者当地政府职能部门自行抽查，其检测费用由甲方承担。

六、甲方的供货、退货服务

1、甲方根据乙方的定单，将货物送达乙方仓库，乙方保证在收到定单小时内将货物送达乙方的固定仓库，仓库地点：。

2、乙方定单的每次最低定货金额：元，否则甲方不予安排送货。

3、乙方要求自行提货的，甲方给予乙方成本价格的运费补贴。

4、乙方自提货物或者收到甲方来货，必须当面清点数量和检查货品质量，无误，即给予签署甲方的发货单据，乙方提货离开甲方仓库或者甲方送货人员离开乙方仓库，甲方即不对货物的非生产质量问题和数量缺少负责。

5、乙方在收到货物15天时间内发现批次质量问题的，可通知甲方退换货。

6、甲方保证乙方正常销售经营状态下的货物供应，因甲方原因如公路或者铁路运输等不可控制因素造成的货物暂缺，乙方应该给予谅解，甲方也应全力保障好乙方的货物供应，并经常向乙方通报货物库存情况，并对畅销量大商品实行“15天预警”控制，将货物缺口造成的销量损失，降到最低极限。

7、乙方计划做促销活动时，必须提前20天以书面形式向甲方提出申请计划，以便甲方能够及时备货。

8、旺季或者重大节假日来临前一个月，甲、乙双方应就库存备货，加强沟通，对市场需求作好预测，提前做出合理的备货计划准备。

9、由于滞销原因，导致乙方个别单品货物库存积压，在保质期到达前三个月时间内、且商品质量完好，甲方允许给予折价退换货物。

10、由于包装破损原因造成乙方货物无法正常销售，如果产品内在质量完好，甲方给予乙方退换货。(鼠损虫咬商品，甲方一律不给予退换货)

11、系列产品，需乙方自行妥善保管和运输，由于破损原因，甲方不给予退换货。

12、产品如果由于滞销原因造成积压，必须要求在保质期到达前五个月，且商品内外包装完好无损，内在质量完好无损，甲方可允许折价后退换货，否则，由乙方自行承担损失，

七、乙方的经营服务职责

1、乙方负责对所属区域内的所有客户的对、结帐和供、退货服务工作。

2、乙方应最少固定部送货车和名固定业务人员做好甲方产品的市场维护服务工作。

3、乙方必须配备足够的业务人员和理货人员，加强对甲方产品排面的理顺，乙方保证甲方产品的排面在同类商品中位置，单品排面最多，乙方保障每个客户的货架上单品不缺、货物不缺。

4、乙方应保证在接到客户定单24小时内，将货物送达。

5、乙方不得以人员或者车辆紧张原因为借口，延误送货。

6、乙方不得以客户定单数量少等原因为借口，而拖延或者不予送货。

7、对于商超等客户要求的退换货，乙方应该及时给予服务到位。

8、乙方保证所属区域范围内的ka卖场的进场率达到90%。

9、乙方保证所属区域范围内各类终端网点的进场覆盖率达到70%以上。

八、关于结算方式

1、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，甲方在确认乙方的货款到帐后，方可给乙方发货。

2、对于前期甲方在商场等客户的未尽应收帐款，其债权转由乙方接收，乙方须在合同签定三天内以现款方式付给甲方，或者同甲方签定前期货款付款计划表(作为本合同有效附件)，或者由甲方自行向原客户收取。

3、乙方对甲方的付款方式可以是：现金、支票、电汇、银行汇票方式。

4、甲方向乙方提供相应税率的增值税发票。

5、现金结算，甲方向乙方提供明确的货款结算专人身份证明，甲方其他任何业务人员无权前往乙方处结算货款，并且必须持有合法的、完善的相关结算票据，否则甲方不予以承认。

6、乙方每月日必须配合甲方对上月双方发生的销售、付款及费用进行详细对帐。

7、如果乙方拖欠甲方货款，甲方有权利对其停止发货。

九、促销活动

1、甲方根据市场需要，在一些大型卖场采取特价、赠送、免费品尝、海报等常规促销活动，应提前将计划方案通知乙方。

2、对于甲方在全国或者全省或者全市统一的大型促销或者展示活动，乙方应该提前做好人力和物力上的准备，并全力配合好甲方的活动。

3、对于甲方安排的促销计划，乙方应该全力配合执行，协同甲方谈判压缩各类费用，安排场地、提供物力支持和人员支持等。

4、甲方可以根据市场需要和乙方的申请，给予乙方所属卖场配备一定数量的专职或者兼职促销人员。是否配备促销员或者配备数量由甲方决定。

5、乙方的任何新商品进店或者新开业商超进店，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意。

6、乙方的任何宣传促销活动计划，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意和认可。

十、促销品和广告宣传

1、甲方的新产品如系列，甲方按照进货比例，免费配发不干胶张贴画、双面宣传单页、笔记本、餐巾纸、手提袋、促销台等宣传品。

2、今后甲方将继续设计制作增加促销品的种类，如促销员统一着服装、雨伞、展示架等等各类促销宣传品。

3、甲方将根据乙方市场的实际运作情况，确定是否给予乙方市场一定的广告宣传支持。

4、甲方对乙方所属区域的广告投入，由甲方人员直接操作投入，乙方不接触投入费用，但乙方应该全力配合甲方的信息收集、价格费用谈判、人力支援及提供合理的广告投入建设性建议。

5、今后甲方可能对乙方市场进行广告投入的方式主要是电视广告、公交车体广告、报纸广告和城市广告牌等方面。

十一、销售费用和甲方对市场投入

1、甲、乙双方的商超客户转户，如果需要产生费用的，由甲方承担，乙方应全力协调客情将该费用压缩到最低。

2、甲方的常规产品销售，甲方不提供任何促销品宣传品，基本不做广告宣传投入。

3、乙方在和客户对帐、结算过程中出现的误差或者卖场耗损或者货物丢失、商品价差、罚款等等费用，由乙方自行承担。

4、乙方在经营过程中产生的所有运营费用，甲方不予以承担，任何商场扣点和年节庆费、开业费、赞助费等等商超杂费，甲方不予承担，应由乙方完全承担。

5、乙方在经营过程中出现的呆死帐或者以物抵货款等，甲方一概不予以承担。

6、甲方承担新商品的单品进店(条码)费用(若费用较大，双方协商分担)。

7、甲方承担卖场促销人员管理费(若费用较大，双方协商分担)。

8、促销员的销售提成由乙方承担。

9、甲方承担促销员基本工资及试吃品和物料费用(若费用较大，双方协商分担)。

10、甲方承担卖场的堆头、端架、海报费用(若费用较大，双方协商分担)。

11、促销期间的折价让利或者免费赠品费用，由甲、乙双方协商承担，要求乙方在促销期间的销售毛利率(扣除商超各类结帐扣点后)不得超过5%。

12、乙方应充分发挥大型代理商的规模优势和客情优势协助甲方进行关系沟通和谈判，将需要甲方承担应支付的各项费用压缩到最低。

13、甲方明确承诺给予乙方在每个商超的最低年促销次数(客户年促销计划表)。

14、乙方向甲方申请的促销、宣传费用投入，必须向甲方提供正式的费用发票，并附带详细的费用清单表，并及时将销售数据和效果评估报告上报甲方。

15、乙方向甲方提供的费用，必须实事求是，否则，甲方有权利拒付费用，并对乙方做出同等金额的罚款。

十二、销售任务和奖励

1、本合同签定三个月后，甲、乙双方协商制定乙方的年销售任务，乙方必须保障年销售任务基数完成，否则甲方有权利中止和乙方的代理合同(年销售任务的文件作为本合同的有效附件)。

2、在经营过程中随着乙方客户的增加和减少或者其他等不可预计因素的出现，甲、乙双方可以协商调整任务基数额。

3、甲、乙双方的销售任务超额奖励，可以单独签定协议书作为本合同的有效附件。

十三、甲、乙双方的权利和义务

1、甲方有义务主动协助乙方协调好同商超卖场的各级客情关系。

2、甲方应及时向乙方提供各类优秀的促销方案。

3、甲方对乙方的经营行为有监督指导权。

4、甲方负责对促销人员的管理和培训工作，同时具有对乙方业务人员进行培训的义务。

5、甲方有权利随时核查乙方的经营帐目和费用(限甲方产品)。

6、甲方有权利给乙方制定特殊时期或者情况的指导销售价格，乙方应遵照执行。

7、乙方应该对甲方的价格、销量、政策、计划方案等商业秘密，给予严格保密，否则一旦造成不必要的损失或者影响，乙方应承担完全责任，并赔偿甲方相关损失(包括无形资产损失)。

8、乙方应该定期向甲方提供甲方产品的销售数据报表、客户档案资料。

9、乙方应该及时将市场综合信息反馈提供给甲方。

10、乙方有义务维护好甲方的市场网络和品牌基础建设。

11、乙方应该服从甲方对市场方面的统一号召及相关指导政策和规定。

12、乙方不得对甲方的各项核查工作予以刁难或者不配合。

十四、违约责任的承担和处罚

1、甲、乙双方应严格遵守本合同的约定事项，在本合同明确规定的处罚事项，按照本合同规定执行，本合同未明确的违约处罚事项，双方可商定，但处罚金额最低限度标准为元

2、乙方在经营过程中有明确违反本合同规定，且性质严重的，甲方可提前终止合同。

3、乙方在经营过程中对甲方的市场或者品牌造成损害或者损失的，或者消极、敷衍销售，造成市场份额严重下滑的，乙方应承担相关赔偿，同时甲方有权利终止合同。

4、乙方在经营过程中背离甲方原则规定，不服从甲方对市场的统一运作规划管理的，甲方有权利终止该合同，收回乙方的产品代理权。

十五、合同的期限、续签、解除

1、本合同自签定之日起有效期限壹年，合同签定时间：。

2、合同期满甲、乙双方可重新谈判合同条款，继续签定合作合同，同等条件下，甲方给予乙方优先签定权。

3、中途解除合同或者合同期满不再续签合作的，甲、乙双方应将相互之间的合同约定费用以及货款等事宜在15天时间内两清，如乙方要求清退甲方货物的，甲方应给予清退，并于清退完完毕后15天内付清乙方的退货款项(限商品质量完好无损)。

十六、合同其他约定及补充事项

1、甲、乙双方除本合同之外的任何书面形式、且手续齐全的补充约定，在本合同有效期内均可作为本合同的有效附件，甲、乙双方应给予承认。

2、本合同未尽事项，双方协商解决，未果，交由甲方所在地法院裁决。

3、本合同签署地：山东省莱阳市龙旺庄镇龙大集团公司驻地。

4、本合同一式四份共计六页，涂改或者复印无效，甲、乙双方各执两份。

5、本合同自双方签定之日起生效。

6、在以后合作过程中通过双方协商补签或者修改的一切正规书面协议内容，均告有效。

7、补充事项添加：

甲方：乙方：

法人：法人：

代表人：代表人：

开户银行：开户银行：

帐号：帐号：

税号：税号：

电话：电话：

传真：传真：

地址：地址：

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇九**

甲方：

乙方：

根据《中华人民共和国合同法》及相关法规的规定，本着互惠互利、平等、自愿、公平、诚信的原则，经双方友好协商， 单位(供货方，合同中称为甲方)与清远市好来登国际酒店(代销方，合同中称为乙方)就代销茶叶达成以下合作协议：

二、双方权利与义务

1、乙方以代销方式销售甲方提供的茶叶。

2、甲方应该向乙方出示营业执照、卫生许可证、税务登记证、产品检验合格报告等书面材料(如是复印件，须证实与原件一致)。

3、甲方应保证提供给乙方的茶叶是经检验合格、符合相关单位认可并经批准上市销售的合格产品。

3、甲方应根据乙方的要求对茶叶进行适当的包装。如在销售期间，茶叶的外包装被人损坏，但内包装完好，乙方可要求甲方重新包装。相关费用由甲方承担。

4、甲方根据乙方的要求，无偿提供罐、叶名称) 罐、 (茶叶名称) 罐，供乙方摆放在客房内进行销售。乙方可根据销售情况，适量增加或减少数量，甲方须予以配合。

5、如乙方需要补充茶叶，需提前一星期(七天)通知甲方。

6、乙方需在每月10日前，向甲方支付上一个月所补充的茶叶货款。

7、甲方应向乙方提供一份茶叶样品，经双方查验后封存保管，用于交货时对样验收。

8、甲方应如约提供茶叶，每次补充的货品应与样品一致。如茶叶出现不符合质量要求、卫生标准或与样品不一致等问题，乙方有权要求甲方免费换货、退货;如因此引起客人投诉，甲方应积极协助乙方解决;如给乙方造成经济上或品牌形象上的损失，乙方需承担相关赔偿责任。

9、如茶叶较长时间都未能销售出去，乙方可要求退换。但需在货品保质期三个月(90天)前通知甲方。

10、本合同从20xx年四月一日起至20xx年三月三十一日止，有效期为一年，期满前一个月双方商讨是否延长本协议。如双方无异议，本合同自动延期。

11、本合同未尽事宜，由双方协商解决。

12、本合同一式两份，经双方签章后生效，双方各执一份，具同等效力。

13、本合同生效后，双方对合同的变更或补充应采取书面的形式，作为本合同的附件。附件与本合同具同等效力。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**茶叶代销合同 茶叶代销合同书篇十**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国农产品质量安全法》以及相关法律法规，经甲乙双方共同协商订立本合同。

一、代销标的及交货时间

1、茶叶品种、品质及价格.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/市斤

2、清明前茶和春茶若要货须提前预定且付\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%的定金.

3、包装费用按实际进价另行记价.

4、乙方每次提货前\_\_\_\_\_\_\_天应告知甲方,方便备货.

二、质量和储存要求：

1、内在质量：甲方茶叶必须符合各等级茶叶标准并符合《农产品质量安全法》要求。

2、外观质量：甲方按等级品种提供外观包装设计，不褪色，不含污染物，光泽干净整洁。

3、储存要求：乙方应提供干净整洁的储存场地。特等品、优等品、一等品应在到货验收后及时放入冰箱或冰柜中保存，以保证茶叶质量和口感。

4、储存管理：乙方在储存过程中应加强管理，不得遗失或者损坏茶叶，否则如实赔偿。

三、交货地点、方式：

1、甲方送货到乙方指定地点并承担运费。

2、乙方也可以自提，运费由甲方承担。

四、验收方式：

1、甲方按乙方每次所需提供产品，乙方按质量要求抽样验收，如有异议应在\_\_\_\_\_\_\_日内书面提出，双方共同协商解决。

2、验收后乙方应开具验收清单，方便结算。

五、结算方式：

1、每月甲乙双方结算一次。

2、结算完毕后，两日内乙方应向甲方指定账户全额付款。

六、代销方式和提成方法：

1、乙方代销过程中可以零售也可以批发。

2、代销价格：

a、按甲方提供的品种、品质、价格加包装费作为乙方的零售价。

b、批发价根据批量双方另行协商。

3、提成方法：

a、每个品种每月销售\_\_\_\_\_\_\_市斤以内按零售价\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%提成。

b、每个品种每月销售\_\_\_\_\_\_\_市斤按零售价\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%提成。

c、每个品种每月销售\_\_\_\_\_\_\_市斤以上按零售价\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%提成。

d、批发销售双方另行协商。

七、违约责任：

1、甲方提供的茶叶出现质量问题，乙方有权拒收或者换货，并承担违约责任。

2、甲方在乙方提出交货的期限内无故延迟交货应承担相关责任。

3、乙方在每次结算后应及时向甲方付款，延迟付款应承担违约责任。

4、乙方销售过程中不得销售除甲方以外的茶叶产品或者以次充好销售甲方产品。一经发现乙方应承担相关责任。

8、争议解决方式：

本合同在履行过程中发生的争议，由双方当事人协商解决，也可以由当地有关部门调解，协商或调解不成，可依法向当地人民法院起诉。

本合同一式\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_份，合同双方签字盖章后生效，合同内容如有变更，应采用书面形式予以补充作为合同附件，附件与本合同具有同等法律效应。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签字人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签字人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找